

はじめに

著者	岩? 葉子
権利	Copyrights 日本貿易振興機構（ジェトロ）アジア 経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
シリーズタイトル	アジアを見る眼
シリーズ番号	106
雑誌名	テヘラン商売往来：イラン商人の世界
ページ	iii-xi
発行年	2004
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://hdl.handle.net/2344/00017592

はじめに

イラン・イスラム共和国の公用語はペルシア語である。日本人にとってこの「ペルシア語」という響きは、オマル・ハイヤームの四行詩やハーフェズの抒情詩など、イランが世界に誇るペルシア文学の甘美なイメージと繋がっていることであろう。そうした大詩人たちの名前を知らなくても、「ペルシア」というロマンチックな地名はなぜかわたしたちのエキゾチシズムを刺激する。

大詩人たちの末裔である現代のイラン人は、雄弁である。もちろん相対的に無口な人もいるが、総じてよくしゃべる。ご本人たちもその点は自認しているが、「イラン人はよくしゃべるだろう」と胸を張るところは我々と違う。一訊けば十返ってくる。それも「ええ

つと」とか「あのお」とか「……（沈黙）」などという言いよどみがなく、まさしく立て板に水である。学生も、お坊さんも、さほど学のありそうにない雑貨屋の店番も、タクシ－の運転手も、その辺で遊んでいる子どもたちでさえそうだ。彼らにとって黙らないことは美德であり、同じ対象をいかに多くの単語で表現できるかは教養の尺度でもある。いきおい話が長くなる。くだんの詩人たちもきつと生前はこんな調子でまくしたてていたに違いない。

しかし世の中、詩人ばかりではない。みなが絢爛・流麗な会話を作れるわけではない。普通のイラン人の饒舌にはじつは仕掛けがある。ひとびとは小さいころからおりにつけ「ターロフ」と呼ばれる一種の修辭学を、仕込まれて育つからである。

イラン人のおばさんが道で知り合いのおばさんに会ったとする。たちまち、「あらー、まあー、○○さんじゃないの、元氣、調子はどう、快調、全然顔を見なかったわ、どこに隠れてたの、驚いた、ご主人はどう、みんな元氣、うちはお陰様で、あらそう、みんな元氣、子どもたちはどう、うちにちつとも足を運んでくれないじゃないの、いつ来るつもり、そういえばおじいちゃんはどう、うちはいいかわらず、ありがとう氣にかけてくださって、あらでも随分元氣そうよあなた、その服きれいじゃない、似合うわあ、○○さんはセンス

が良いから……」といった趣旨のことを二人が同時に、すごい勢いでしゃべりだす。

おぼさんたちは、相手が次に何を言いそうか分かっているので、相手の言うことを聞く前にもう答えているのだ。挨拶をする、相手と家族の近況を聞く、「会えて嬉しい」旨を伝える、家に誘う、相手のどこかをほめる、などなど、こうした一連のせりふが縷々述べられる。ようするに決まり文句なのである。決まり文句だから言いよどまない。じつに美しく流れていく。

イラン人の日常生活にはこの手の「決まり文句」がたくさん詰まっている。もちろん社会階層などによって語彙に差はあるものの、そのバリエーションの豊富さは際立っている。前述の「ターロフ」というのは、この決まり文句そのものを指す場合もあるが、本来はこうしたいわば「社交儀礼」全般を指している。

自宅に招かれて夕飯などごちそうになるとする。山のように盛られた数々のお皿から料理を最初に取りるのは客の役目である。ペース配分を考えて控えめに取るものなら、すかさず主人は、「ターロフ・ナコニー（ターロフしないで）ヌーシェ・ジャーン！（生命の甘露を！「大げさだが『召し上がれ』というほどの意味）」）と言いながら皿から溢れそうにどばっと注ぎ足してしまう。ごちそうになるほうは「ダステ・シヨマー・ダルド・ナコネ

「あなたのお手が痛みませんように」と料理を作った人をねぎらうことになっているが、相手は「サレ・シヨマー・ダルド・ナコネ（あなたの頭が痛みませんように）カーリー・ナキヤルダム（わたしは何もしていませんから）」と返す。さんざん食べて一歩も歩けないほどになっているのに「ヒーチ・ナホルディー（何も召し上がりませんでしたね）」と追及を受ける。

大学の友人と会って近況報告を聞くとする。彼は故郷からつい先日帰ったばかりだと言う。「楽しかった？」と聞けば必ずにつこり頷きながら「ジャーイエ・シヨマー・ハーリー・ブード（きみの場所が空いていたよ）」と答える。これはきみがいなくて寂しかった、なぜ一緒に来てくれなかったんだ、というニュアンスを表現している。しかし現実には、こちらは彼に帰郷の予定があったことすら知らない場合が多い。

知り合いの家に招かれるとする。初めての訪問には花を持っていくのが通例であるので、イラン人好みの派手なグラジオラスなどを豪華な花束にしつらえてもらって、玄関の扉をたたく。出迎えるご主人や奥方は、持参した花を見るや「なぜこんなふうに気をつかうの？ ホデトウーン・ゴル・ブーディー（あなたご自身が花でしたのに）」とくる。こちらの顔から火が出そうなことをいとも簡単に言つてのける。

こうしたターロフの世界に一時身を置いたわたしの、彼らにたいする印象は、じつに口八丁のひとびとであるということに尽きる。口数が多いだけではなく、口が上手い。お世辞だと分かっていると言われれば悪い気はしない常套句の例は枚挙にいとまがない。こうした社交辞令をさらりと云つてのけるイラン人のターロフの世界は豊饒で深遠である。イランにはさまざまな民族が住み、さまざまな言語が話されているにもかかわらず、このターロフ文化は共有されているように見えるのだ。

口の上手い彼らはターロフを駆使して商売にも精を出す。実際、豊富なバリエーションを誇るイランのターロフは、たとえば店先のお客にいちいち氏素性を訊かずとも、当たり障りのない適切な話題を提供できるという点で、じつに商売向きの修辞術であるように思われる。商売上のかけひきのえげつなさをそれとなく隠す効果もある。「あなたただけにはこのお値段で」と客の耳元に囁くにも、ちよつとしらじらしい文学的表現が案外ぴったりにしている。

店先で、店主が買い物客の相手をする。客が選んだ商品を挟んで二人はひとしきり世相を論評する。さてそろそろ勘定をしようという段になって、「おいくらですか?」と訊く

客に、店主は決まって、「ガーベリー・ナダール」と答える。これは直訳すると「たいした値打ちはございません」という意味で、転じて「どうぞただでお持ちください」の意になる。しかしもちろんこれを真にうけてはいけない。そう言われた客は店主の厚意にたいして礼を述べ、「ベファルマリー（どうぞ、いくらもおっしゃってください）」と返すことになっている。この「ガーベリー・ナダール」「ベファルマリー」を三回くらい繰り返して、ようやく店主はいくらと値段を言うのである。謙虚に切り出すくせに、値段は安いわけではない。

昔から、裏で綿密な損得勘定をしながらも、耳あたりの良い言葉で買い手の購買欲をくすぐる商人の世界に、わたしはなぜかとても心惹かれた。わたし自身はといえば、買い物ごとりとたてて好きなほうではなく、また価格と品質との適正な均衡にこころを砕く性質でもない。奢侈品にもまったく興味がな^い。しかしどうい^うわけか、目の前で商人と客があるいは商人どうしが、「この取引がいかに得か、あるいは損か」をめぐって水面下の攻防を繰り広げるのを眺めるのが楽しかった。そこにはあたかも、どこか洗練された様式美があるように思われた。

この様式美に彩られた世界を、経済学を使って研究してみようと思ったのは、ずっとこの

ちになってからである。経済学における「商人の世界」は、わたしが当初考えていたよりもっとずっと広く、多様なものであった。モノが最初の生産者から最後の消費者に届くまでのあいだに介在するさまざまな業者はみな、流通経路の端と端にいる生産者と消費者との取引を仲介するという機能を共有していると考えられる。そのなかにはモノの所有権を直接売買する文字どおりの商人もいれば、取引のお膳立てをするだけの仲介業者もいる。当事者から委託を受けて売買に当たる業者もいる。このひとびとはみな、いわば生産者と消費者との取引を仲介する広い意味での商人なのだ。

はたして、商人研究にとってイランはじつに魅力あふれるフィールドであった。長い歴史を持つ社会であるから、複雑な流通機構もある。取引をめぐるしきたりもある。まだまだ個別の資本規模が小さいから、ひとりひとりの商人が日々頭を絞って経営戦略を練っている。市場を解剖していくと、忽然と経済理論さながらの世界が出現することすらある。しかしそれは、おうおうにして豊かなターロフのヴェールに覆われているというわけである。

本書は、こうしてわたしが垣間見てきた生身のイラン商人の世界を、どこかに書き留め

ておきたいという希望から出発した。

本書に登場する人物たちは、わたしがこれまでに書いた論文のなかでは、記号化されたサンプルであつたかたがたである。彼らの仕事について調査し、経済学的に分析する（ことを少なくとも目指す）作業の過程では、ひとりひとりの顔や、語り口、人柄などはすべて捨象された。その結果得られた結論は、それなりに興味深いものではあつた。契約の概念や、生産と流通の関わり、市場の成り立ちなど、オーソドックスな経済学でしばしば取り上げられるトピックが浮かび上がり、イラン商人の世界が普遍的な経済の論理で動いているらしいことが見えてきた。日本ではとかく「特殊な」世界として描かれがちなイランを研究する者としては、彼らの社会もわたしたちの社会と何ら変わるところのない普通の成り立ちを持っていることを、こんなかたちで発信できることこそ本望でもあつた。

しかし経済学の用語で表現すればことの本質に容易に近づけるという研究上の利点は、一方で、わたしが出会つた多くのイラン商人や、彼らを育んでいる空間の、いわば文化的な装飾をいったん取り去らねばならないという、わたしにとっての口惜しい作業と裏腹であつた。彼らがいったいどんな人たちなのか。日々どんなふう暮らしているのか。商売の世界で、いかにたくましく抜け目なく、革命や戦争や経済制裁といった傍目にも厳しい

現実と格闘しているのか。そうしたことどもは、本来のわたしの研究にとってはあくまでも「ディテール」であるのだが、じつに、魅力あふれるディテールなのである。本書は、経済学で分析すれば削げ落ちてしまうイラン商人の世界のさまざまな細部を、何か別のかたちで残しておきたいという願いの、ささやかな実りなのである。

A map of the Middle East region. Major countries labeled include Turkey (トルコ), Iran (イラク), Iraq (イラク), Saudi Arabia (サウジアラビア), Jordan (ヨルダン), Syria (シリア), Israel (イスラエル), and Egypt (エジプト). The Persian Gulf (ペルシア湾) and Red Sea (紅海) are shown. Key cities marked with dots are Ankara (アンカラ), Baghdad (バグダッド), Damascus (ダマスカス), Jerusalem (エルサレム), and Cairo (カイロ). The Taurus mountains (タウロス山脈) are indicated. A scale bar shows 0 to 400 km.

（出所）筆者作成。